

Appellation d'origine ou appellation générique: le cas du fromage Cotija au Mexique

By/Par | **Thomas Poméon, François Boucher et Fernando Cervantes Escoto**

Thomas Poméon, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas sobre la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM), Universidad Autónoma de Chapingo, Mexique. tompom13@yahoo.com

François Boucher, CIRAD, UR Qualités et territoires, UMR 951 « Innovation », Montpellier, F-34000 France ; Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), oficina de México. fymboucher@yahoo.com

Fernando Cervantes Escoto, CIESTAAM. Universidad Autónoma de Chapingo, Mexique. lacteos04@yahoo.com

RÉSUMÉ

Les effets positifs des appellations d'origine pour le développement territorial dans certaines régions européennes ont attiré l'attention de producteurs et de promoteurs du développement dans les pays du Sud. Ainsi, les producteurs de fromage Cotija au Mexique ont sollicité une appellation d'origine en 2004. Elle leur a été refusée, l'administration estimant que la dénomination Cotija constituait un terme générique. Au-delà du débat sur le caractère générique ou non d'une appellation, ce cas est très instructif sur les limites du cadre légal et institutionnel mexicain, plus de 30 ans après que la Tequila soit devenue la première appellation reconnue au Mexique. L'absence d'un objectif politique clair et explicite pour les appellations d'origine se traduit dans l'incertitude et la faiblesse des institutions mises en place. Ce contexte n'est pas favorable pour la reconnaissance d'appellations d'origine et remet donc en cause leur utilisation comme outil de développement territorial.

Mots clés : appellation d'origine, Mexique, fromage, développement territorial.

ABSTRACT

Positive effects of designations of origin for territorial development in several European regions have attracted the attention of producers and promoters of development in developing countries. Thus, Cotija cheese producers in Mexico have requested a designation

of origin in 2004. It was denied, the administration considering Cotija as a generic term. Beyond the debate on whether a name is generic or not, this case is very instructive about the limits of the Mexican legal and institutional framework, 30 years after Tequila became the first designation of origin recognized in Mexico. The lack of clear and explicit political objectives for designations of origin results in uncertainty and weak institutions. This context is not favorable for the development of designations of origin and its use as a tool for territorial development.

Key Words: designation of origin, Mexico, cheese, territorial development.

JEL Classification : L15, O54

INTRODUCTION

L'indication géographique (IG) est un nom de lieu utilisé pour identifier un produit dont l'origine est associée à sa qualité et/ou sa réputation et/ou d'autres caractéristiques. Selon les pays, plusieurs déclinaisons de cet instrument légal ont été mises en place pour réguler l'usage des IG, antérieurement ou postérieurement aux accords ADPIC (Aspects des Droits de Propriété Industrielle en relation avec le Commerce) de l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) : appellation d'origine, indication géographique protégée, marque collective, marque de certification, etc.

L'impact des IG a été notamment analysé à partir du concept de systèmes agroalimentaires localisés (SYAL) (Fournier, 2007). Les SYAL sont fondés sur l'articulation entre une filière et un territoire. Dans la lignée de l'économie territoriale et des approches comme les districts industriels, les clusters ou les systèmes productifs localisés, ils abordent l'ancrage territorial d'une production, les proximités entre acteurs et les différentes dynamiques que cela peut générer. Boucher (2004) analyse l'activation d'un SYAL comme la mobilisation individuelle mais surtout collective des ressources territoriales. L'action collective devient à son tour une ressource pour les acteurs, à travers laquelle ils peuvent obtenir une amélioration de leur situation sociale et économique. Plusieurs travaux sur les SYAL mettent en avant les processus de qualification des produits comme un mode d'activation du territoire (Fournier, 2002 et 2007; Boucher, 2004 ; Correa et al., 2004). La qualification territoriale d'un produit se rapporte à l'incorporation dans un produit d'un ensemble de ressources territoriales qui en définissent la qualité et le caractère unique. Ce processus inclut la définition collective des modalités de production et la mise en place de règles et de procédures de contrôle (générant donc de l'exclusion), qui vont influencer sur la répartition de la valeur ajoutée au sein de la filière. Un des impacts de la qualification est la création d'une rente territoriale, liée à la constitution d'un monopole collectif telle qu'une IG (Linck, 2005). Cela signifie que la production est encadrée et réservée à un groupe géographiquement localisé. Les indications géographiques constituent un outil privilégié pour les processus de qualification. Belletti et al. (2005), Lence et al. (2006), Sylvander et Allaire (1997) et Chia et Torre (1999), entre autres, relèvent les bénéfices générés dans plusieurs cas par l'attribution d'une IG d'un produit, en particulier pour le développement territorial. Ces bénéfices ont attiré l'attention d'acteurs du développement en Amérique Latine. Néanmoins, les études mentionnées se concentrent sur des cas européens, où les IG sont déjà bien implantées. Les analyses sur les IG et leur impact

dans d'autres régions du monde sont peu nombreuses. Il est donc nécessaire d'étudier d'une part leur mise en place et d'autre part leurs impacts dans différentes régions du monde pour savoir dans quelle mesure l'IG peut être mobilisée pour le développement territorial. C'est en particulier la question de la mise en place des IG au Mexique que nous allons approfondir dans cet article.

Le Mexique a reconnu le concept d'Appellation d'Origine (*Denominación de Origen*) dès 1974, attribuant une appellation d'origine à un spiritueux, la Tequila. De fait, en 1966, le Mexique a été un des premiers pays à ratifier l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine (AO). On pourrait donc penser que la figure des appellations d'origine a été bien assimilée tant au niveau du secteur privé que du secteur public mexicain. Or seulement 12 produits bénéficient d'une AO au Mexique, face aux centaines d'AO attribuées par l'Union Européenne à ses productions traditionnelles, et elle reste une figure mal connue.

Un fromage traditionnel du Mexique, le fromage Cotija (en référence à une ville de la zone de production), produit dans la Sierra de Jalmich, est l'objet d'un processus de qualification depuis 1999 visant la reconnaissance d'une appellation d'origine. Un ancrage territorial marqué du produit a laissé penser aux promoteurs du projet que cette reconnaissance était légitime et ne poserait pas de problème. Le but de l'AO Cotija est double. D'une part il s'agit d'assurer la protection commerciale du fromage Cotija face à la concurrence du fromage type Cotija, une « copie non conforme » produit dans tout le Mexique. Mais surtout, l'obtention d'une AO se place comme élément moteur pour le développement de la Sierra de Jalmich. Néanmoins, l'organisme public en charge des AO, l'IMPI (Institut Mexicain de la Propriété Industrielle), s'est opposé en 2004 à cette reconnaissance. Il a motivé son refus en affirmant que le fromage Cotija serait une dénomination générique. Il estime donc que l'attribution d'une protection pour le fromage Cotija de la Sierra de Jalmich n'est pas justifiée car ce ne serait pas la zone exclusive de production. Il légitime ainsi la production de fromage type Cotija face à la production de fromage Cotija. Ce cas met en lumière les problèmes et contradictions de l'utilisation des AO au Mexique. On peut percevoir ces problèmes sur plusieurs dimensions. En premier lieu, le contexte légal et institutionnel des AO au Mexique reste indéfini et incomplet quant à ses objectifs et ses procédures. Il est donc difficile pour des producteurs de mobiliser cet instrument pour assurer la protection d'un produit d'origine. D'autre part, la reconnaissance d'une AO pose un problème de légitimité lié au débat sur sa nature générique ou pas, avec en toile de fond la question de l'exclusion. C'est ce que nous prétendons analyser dans cet article à partir de la confrontation entre appellation d'origine et appellation générique dans le cas du fromage Cotija. Pour cela, nous mobiliserons des informations recueillies dans la littérature mais également lors d'entretiens avec les acteurs impliqués dans la production de fromage Cotija et type Cotija, ainsi que dans le processus d'obtention de l'AO.

Dans un premier temps nous analyserons l'histoire et les particularités des appellations d'origine au Mexique. Puis nous présenterons le fromage Cotija, sa région de production et les acteurs impliqués dans son élaboration et dans le processus d'obtention de l'AO fromage Cotija. Nous reviendrons sur le processus d'usurpation et d'adultération qui a caractérisé le

développement du fromage type Cotija. Ces éléments permettront d'alimenter le débat sur la nature générique ou nom de l'appellation Cotija et les enjeux que cela implique.

1. LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES AU MEXIQUE

1.1 Situation légale

Le Mexique, en tant que signataire de l'Arrangement de Lisbonne reconnaît le concept de l'appellation d'origine (AO), plus strict que l'indication géographique quant au lien entre un produit et son origine géographique. L'article 2 définit l'appellation d'origine comme la « *dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains* ». L'Arrangement prévoit la création d'un registre international des AO, géré par l'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Industrielle), pour assurer la protection mutuelle des AO par chaque pays signataire. La première AO mexicaine a été officiellement attribuée en 1974 à un spiritueux, la Tequila¹, et a été enregistrée à l'OMPI en 1978. Néanmoins il aura fallu attendre 1994 pour qu'une loi définisse réellement le cadre légal pour les appellations d'origine au Mexique, les conditions de son utilisation et de sa protection. Il s'agit de la « Ley de Propiedad Industrial » (loi de propriété industrielle), promulguée en 1994. La loi reprend la définition de l'appellation d'origine telle que formulée dans l'Arrangement de Lisbonne. Elle prévoit que l'Etat soit le titulaire des AO et confie leur gestion à l'IMPI.

Les normes officielles mexicaines (NOM) définissent les caractéristiques de processus, de produits ou de services et leur application est obligatoire (Suarez Rodríguez, 2008). Elaborées et gérées par le Secrétariat à l'Economie ou par d'autres entités du gouvernement fédéral, elles sont considérées dans la Loi de Propriété Industrielle de 1994 comme un instrument complémentaire (mais pas explicitement obligatoire, c'est-à-dire qu'il peut y avoir une AO sans NOM) pour réglementer l'usage d'une AO (conditions de production, caractéristiques des produits, étiquetage, etc.). Dans ce cas, le décret de reconnaissance de l'AO renvoie à une NOM spécifique au produit dans laquelle sont fixées les conditions nécessaires pour pouvoir utiliser l'AO. Ainsi, il existe une NOM pour la Tequila depuis 1994. 7 des 11 autres appellations d'origine renvoient également à une NOM. L'IMPI prévoit qu'un « Consejo Regulador² » (Conseil Régulateur) se charge de vérifier l'application de la NOM et certifie que les producteurs peuvent utiliser l'AO. L'Etat ne

¹ Du nom d'un village de la région dont ce produit de la distillation de l'agave bleu est originaire.

² Ce terme reprend la terminologie espagnole des syndicats d'AO, les « *Consejos Reguladores* ». Néanmoins il s'agit au Mexique d'un simple organisme de certification, dont la seule obligation est d'être agréée par l'Etat comme organisme certificateur pour la ou les NOM correspondantes. Il ne s'agit donc pas d'organisations destinées à améliorer la gouvernance de l'AO, à permettre la négociation entre les différents acteurs de la filière, à mettre en place des actions de promotion collective et concertée, etc. Comme pour les organismes de défense et de gestion des AO en France (INAO, 2007).

prend donc pas directement en charge la gestion et le contrôle des AO, et la loi ne prévoit pas de procédures de contrôle. L'existence d'un conseil régulateur n'y est pas mentionnée explicitement (ni même implicitement), mais il s'agit d'un moyen promu par l'IMPI pour pallier à l'inexistence de procédures, organismes et règles de contrôle des AO dans la loi de Propriété Industrielle.

Antérieurement, en 1991, la « Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial » (loi de promotion et de protection de la propriété industrielle), définit le concept de marque collective, repris dans la loi de propriété industrielle de 1994. Il s'agit d'un « *signe visible qui distingue sur le marché les biens et services d'associations, sociétés de producteurs, de fabricants, de commerçants ou de prestataires de service, légalement constituées, par rapport aux biens ou services d'un tiers* » (IMPI, 2006). L'IMPI est chargé de l'attribution et de l'enregistrement des marques collectives. Même s'il n'est pas fait mention à l'origine d'un produit dans cette définition, l'IMPI considère que la marque collective (MC) est un instrument adéquat pour la protection d'une indication géographique (IG), reposant sur la constitution d'un groupe de producteurs locaux, propriétaire collectif de la MC. En ce sens, Granados (2004), dans une étude sur les indications géographiques, affirme que la MC est « *destinée à la distinction de l'origine ou de quelque autre caractéristique commune de produits, qui ont été produits ou fabriqués par un groupe de personnes dans une localité, une région ou un pays* ». Néanmoins, la situation légale de l'usage de noms de lieu dans une marque révèle l'ambiguïté de l'utilisation d'une MC comme instrument de protection d'une IG. L'IMPI (2006) définit une marque comme « *n'importe quel signe, mot, appellation, figure, forme tridimensionnelle, logotype, design, combinaison de couleurs, de numéros, de lettres, du moment qu'il est : visible, distinctif, original, novateur, singulier, unique, spécial, caractéristique et facilement reconnaissable* ». La loi de Propriété Industrielle (1994) prévoit qu'il ne sera pas possible d'enregistrer comme marque, individuelle ou collective, les éléments suivants (article 90 de la loi):

X- Les appellations géographiques, propres ou communes, et les cartes, ainsi que les noms d'habitants et adjectifs, lorsqu'ils indiquent la provenance de produits ou services et peuvent générer confusion ou erreur quant à sa provenance.

XI- Les appellations de populations ou lieux qui se caractérisent pour la fabrication de certains produits, pour protéger ceux-ci, à l'exception des noms de lieux de propriété privée, quand ils sont spéciaux et caractéristiques et que le propriétaire donne son consentement.

Autrement dit, si on suit la loi au pied de la lettre, on ne peut enregistrer une marque avec un nom de lieu ou un adjectif s'y référant. Seule l'AO le permet. Cela apparaît alors paradoxal que depuis plusieurs années l'IMPI fasse la promotion auprès des producteurs des MC pour la protection des IG. Il leur propose en général d'enregistrer une MC, sans mention de l'origine, et de compléter l'étiquette par une indication de provenance, non protégée. Cette provenance peut éventuellement être inscrite dans les règles d'utilisation de la MC comme obligatoire. Dans le cas du fromage Cotija, de même que pour d'autres produits, la MC enregistrée se compose d'un nom de lieu (« Cotija ») suivi de la mention « *región de origen* » (région d'origine). C'est donc un montage un peu particulier, qui permet certes de mettre en avant l'origine du produit, sans toutefois que l'usage du mot Cotija ne soit réservé et ni

protégé légalement. Ainsi un fromager n'ayant pas le droit d'utiliser la MC peut indiquer librement sur ses produits: « fromage type Cotija » ou même « fromage Cotija ».

La loi de Propriété Industrielle de 1994 détaille les conditions d'enregistrement et d'utilisation d'une MC. Dans ce cas, ce n'est pas l'Etat qui est le titulaire de la MC mais le groupe légalement constitué qui l'a sollicitée (coopérative, association de producteurs, société, etc.). La MC s'accompagne de règles d'usage, définies par le groupe lors de sa sollicitude de MC auprès de l'IMPI. L'établissement de règles pour la production et de procédures de contrôle et de certification est donc laissé à l'entière discrétion des détenteurs de la MC, qui peuvent ou non les fixer dans les règles d'usage.

L'IMPI est en charge de l'attribution des AO et des MC, en plus de la gestion des autres droits de propriété industrielle (brevets, marques individuelles, noms de magasins, ressources génétiques, etc.). Elle se charge du traitement des sollicitudes d'AO et de MC, de leur attribution, et dans le cas des AO de leur enregistrement auprès de l'OMPI. Depuis 1994, 11 produits ont obtenu la reconnaissance d'une AO : 4 pour des spiritueux, 2 pour du café, 1 pour une variété de mangue, 1 pour de la vanille, 1 pour de l'ambre et 2 pour de l'artisanat. Néanmoins seules deux AO fonctionnent réellement dans la pratique, avec une norme officielle mexicaine (NOM) et un Conseil Régulateur actif. C'est le cas de la Tequila et, dans une moindre mesure, du Mezcal.

1.2 Processus d'obtention d'une appellation d'origine et d'une marque collective

La loi de 1994 définit le sollicitant comme une personne physique ou morale ayant un « intérêt juridique » à réaliser la sollicitude de reconnaissance d'une AO. Sont considérés comme ayant un intérêt juridique les agents suivants : producteurs ou fabricants, chambres de commerce et d'industrie ou associations de producteurs ou fabricants, organismes ou entités publiques. Les documents requis pour le dépôt d'une sollicitude d'AO sont :

- Les données sur le sollicitant et la justification de son intérêt juridique ;
- Le signalement de l'appellation d'origine pour laquelle la protection est sollicitée ;
- Une description détaillée du ou des produits compris dans l'appellation : caractéristiques, composants, modes d'extraction, processus de production et/ou d'élaboration. Il devra être fait mention, *dans le cas où cela soit déterminant*, à la norme officielle du Secrétariat à l'Economie que devra respecter le produit (extraction, production ou élaboration, conditionnement, stockage) ;
- Une présentation du lieu d'extraction/production/élaboration et de la délimitation de l'aire d'appellation, à partir des caractéristiques géographiques et des divisions administratives ;
- Le signalement détaillé des liens entre appellation, produit et territoire ;
- Tout autre document que le sollicitant considérera nécessaire ou pertinent.

La sollicitude est remise à l'IMPI qui dispose alors d'un délai officiel de six mois pour l'analyser et donner sa réponse. Si les documents remis remplissent les conditions, l'IMPI publie au Journal Officiel de la Fédération un extrait de la sollicitude. Toute personne

physique ou morale justifiant d'un intérêt juridique peut alors exprimer ses observations et objections dans un délai de deux mois, à condition de les motiver par des preuves pertinentes. L'expertise est confiée à l'IMPI. En cas d'une résolution positive, il publie au Journal Officiel de la Fédération une déclaration de protection de l'AO. Celle-ci est valable sans limite de temps, du moment que subsistent les conditions qui l'ont motivée. Cependant, il sera possible pour quelconque personne physique ou morale, justifiant un intérêt juridique, de présenter une proposition argumentée de modification. La même procédure que lors de la sollicitude initiale sera alors suivie.

La protection assurée par une AO est stricte et sans ambiguïté : une fois déclarée la protection de l'AO, il est interdit d'en faire usage pour des produits non conformes aux règles fixées dans la déclaration et/ou la norme officielle (NOM), même accompagnée des mentions comme « type », « imitation », « façon » ou autres mention similaires. Ainsi, on ne peut utiliser la mention « type Tequila » ou « style Tequila » pour un distillat d'agave qui ne respecte pas les règles de l'AO. L'autorisation d'usage de l'AO est accordée à une personne physique ou morale pour 10 ans renouvelables. La loi de 1994 exige de la part du sollicitant qu'il se dédie à la production concernée, dans l'aire d'appellation délimitée et respecte ce qui est stipulé dans la déclaration de protection. Dans le cas d'un renvoi à une NOM, la supervision de son application requiert un organisme de certification, le Conseil Régulateur. Celui-ci attribuera alors un certificat au producteur lui permettant d'obtenir l'autorisation de l'IMPI pour l'utilisation de l'AO. S'il n'existe pas de NOM, et/ou en cas d'absence d'un Conseil Régulateur, l'IMPI ne dispose ni des compétences ni des moyens nécessaires pour établir des contrôles et certifier les producteurs. Elle doit donc se contenter d'éléments basiques pour donner ou non l'autorisation d'usage de l'AO, c'est-à-dire vérifier le type de production (faire le produit concerné) et la localisation du sollicitant (être dans l'aire délimitée), à partir des dires du fabricant ou de quelques papiers officiels sur son entreprise.

Les marques collectives sont globalement soumises au même régime que les marques individuelles: sollicitude, recherche d'une éventuelle marque identique ou similaire enregistrée auparavant, enregistrement de la marque, le tout dans un délai officiel maximal de 6 mois. Seuls deux éléments la différencient d'une marque individuelle. D'abord l'inclusion de règles d'usage de la MC dans la sollicitude est obligatoire, sans plus de précisions. L'autre différence concerne l'impossibilité de transmettre la marque à un tiers, la marque étant liée au groupe l'ayant sollicité. La MC est attribuée pour 10 ans renouvelables. La protection de la MC n'est assurée qu'au niveau national (pas d'enregistrement à l'OMPI, comme pour les AO). L'enregistrement éventuel de la MC à l'étranger devra se faire au cas par cas.

1.3 Conséquences d'un cadre légal et institutionnel confus

On retiendra donc une certaine confusion dans le cadre légal et institutionnel au Mexique. L'AO est certes clairement définie à partir des références internationales (Arrangement de Lisbonne), mais les instruments pour sa régulation restent flous. Le vide est non seulement législatif (seuls quelques articles dans la loi de propriété industrielle) mais aussi administratif. En effet, l'IMPI a de nombreuses fonctions et la question des AO y est très

marginale. Seuls quelques fonctionnaires se dédient partiellement à sa gestion. Ils doivent composer avec les moyens du bord, et des procédures peu ou pas explicitées.

L'analyse des sollicitudes d'AO et des décrets de reconnaissance ou de modification fait ressortir en premier lieu une grande hétérogénéité. La justification de la délimitation de l'aire et les travaux sur les liens du produit au territoire sont souvent superficiels : des descriptions peu précises sur les caractéristiques des produits et les processus de production, et des analyses encore moins précises sur comment ces caractéristiques et pratiques s'ancrent dans le territoire (en général juste un peu de géographie physique). Certaines déclarations, comme pour le cas de l'ambre du Chiapas (IMPI, 2000), ne font que quelques lignes, sans aucune justification du lien au lieu. Le texte renvoie à une « NOM qui sera émise en son temps » (soit 3 ans après l'AO...) pour caractériser le produit et son mode d'extraction ! C'est le cas également pour d'autres AO. A l'inverse, le décret de modification de l'AO Mezcal pour l'ampliation de l'aire d'appellation est plus fourni (IMPI, 2003). Mais les longues analyses présentées pour en discuter la validité conduisent l'IMPI à conclure que l'aire préalablement délimitée étant très hétérogène, on trouve « dans le tas » des zones aux conditions similaires à celles rencontrées dans la région sollicitant l'ampliation... Et celle-ci est validée. La délimitation des aires d'appellation posent de fait un problème évident : la délimitation de la Tequila inclue des espaces très différents, et même des zones où l'agave bleu nécessaire à sa fabrication n'a jamais été cultivé et ne le sera a priori jamais (zones urbaines, côte Pacifique, etc.). Ce problème se répète pour presque toutes les AO, avec des aires très disparates. La délimitation comprend souvent tout un Etat, voire plusieurs. Le fait que les sollicitudes d'AO proviennent généralement des gouvernements des Etats peut expliquer ce choix. Leur motivation est avant tout politique : l'obtention d'une AO pour l'Etat constitue un argument politique à faveur de l'action du gouvernement local. Enfin, la dénomination attribuée n'a parfois rien de géographique : Sotol, Talavera, ou Mezcal ne sont pas des noms de lieu. Dans le cas du Mezcal, il s'agit même d'un nom générique pour un spiritueux à base d'agave. Imaginez une appellation d'origine protégée « vin » en France...

L'IMPI n'a pas les compétences pour établir une réelle expertise sur les questions d'ancrage territorial et de délimitation des aires d'appellation. Selon la loi de 1994, elle peut soit se prononcer elle-même ou choisir des experts pour cela. Mais elle n'a pas les moyens financiers pour de telles opérations, ni même de personnel suffisant pour le suivi des dossiers d'AO. De plus, le choix des experts n'est pas forcément évident et rarement totalement neutre. Dans le cas de produits alimentaires traditionnels, comme le fromage Cotija, il n'existe pas d'« expert officiel », d'organismes ou d'institutions pour analyser les demandes de reconnaissances d'AO. La loi recommande également de s'appuyer sur les normes officielles. Mais ce n'est qu'une façon de repousser le problème : souvent ces normes n'existent pas et doivent être élaborées. Dans le cas du fromage, la seule norme existante est une norme du Secrétariat à la Santé qui définit le fromage comme un produit obtenu à partir de lait pasteurisé et homogénéisé (Secretaría de Salud, 1994)... Référence difficilement mobilisable pour un fromage fermier au lait cru comme le fromage Cotija. Le renvoi aux normes peut au contraire rajouter à la confusion. La définition du produit, des conditions et des processus de production peut être inscrite dans la déclaration de reconnaissance de l'AO, ou dans une NOM, ou les deux. On a alors une régulation duale, redondante, qui juridiquement peut générer de la confusion (la NOM est gérée par la Direction Générale des

Normes du Secrétariat à l'Economie alors que la déclaration de l'AO est de la compétence de l'IMPI). De plus, le problème de l'expertise des organismes normatifs peut aussi se poser. Habités à s'occuper de l'industrie, ils ont peu de références et de compétences en matière de production alimentaire traditionnelle et rurale (ou fermière).

Les délais pour la présentation d'objections sont très courts, seulement deux mois. Les délais de réponse de l'IMPI à une sollicitude d'AO sont également courts (six mois), et pour autant parfois dépassés³. On peut en conclure que les décisions se prennent souvent sans débat public, presque à huis-clos, sans expertise objective. L'administration a dans ce cas tous les pouvoirs, même les politiques n'ont a priori pas le droit de regard sur le processus (pas de validation politique nécessaire des décisions de l'IMPI). Il est alors difficile de défendre ou contester une AO, sans procédures, personnels ni règles. A l'inverse, l'Union Européenne a mis en place des autorités compétentes, à la fois politiques et administratives, des procédures, des compétences scientifiques et juridiques bien déterminées (Dimou, 2002). Face à ces difficultés, dont l'IMPI a bien conscience, elle préfère depuis quelques années orienter les acteurs privés ou publics intéressés par l'AO vers l'option de la marque collective. Mais nous avons vu qu'elle n'est pas adaptée à la protection d'une IG.

Au-delà de l'aspect légal et administratif, on ne voit pas bien ni dans la loi, ni dans les procédures, quel est le but de la politique de protection des AO au Mexique. Si on se réfère à l'IMPI, son objectif est la protection commerciale d'un produit contre un usage frauduleux et déloyal, la reconnaissance d'un usage du nom de lieu reconnu par le marché (critère dont nous verrons d'ailleurs plus loin toute l'ambiguïté). Le développement territorial, la protection de produits traditionnels (et des systèmes productifs, économiques et socioculturels qui y sont liés), la biodiversité ne sont pas mis en avant par l'IMPI, dont ce n'est d'ailleurs pas les prérogatives. D'autant plus que les AO s'appliquent ici à tout type de produit, agricoles ou pas, contrairement à ce qui se passe dans d'autres pays (en Europe et en Amérique Latine)⁴. L'IMPI s'intéresse principalement à la protection de l'AO pour les exportations mexicaines. Dans le cas de la Tequila, l'objectif premier de l'AO est sa protection de l'usurpation, au niveau national mais surtout international. De fait, quand on regarde les présentations du Conseil Régulateur de la Tequila sur le thème de l'AO, les principales réussites exposées concernent la protection commerciale : augmentation de la production, lutte contre l'usage frauduleux de l'appellation Tequila, au Mexique et à l'étranger, etc. Par contre il n'aborde pas les questions des impacts de l'AO sur le développement local ou la biodiversité, pour lesquels les constats sont plutôt négatifs (Bowen et Valenzuela, 2006 ; Hernández López, 2007).

Les orientations des politiques publiques qui soutiennent les AO et MC sont, « par défaut », les mêmes que celles qui motivent la régulation commerciale à partir de marques. L'AO est traitée comme une marque « un peu spéciale », mais il n'y a pas vraiment de contenu (ni de

³ Ils sont en moyenne de 16 mois, variant entre 4 et 42 mois ; alors que souvent aucune objection d'un tiers n'a été présentée officiellement.

⁴ La question des AO dans d'autres pays est souvent gérée par les ministères de l'agriculture ou leurs délégations. Ces derniers ont, a priori, une plus forte implication dans les problématiques agroalimentaires et rurales.

contenant...) dans la loi mexicaine et dans le cadre institutionnel mis en place. La loi définit l'AO, la protection qu'elle octroie, mais ne nous informe en rien sur l'objectif des AO, son intégration dans les politiques publiques. Au final, malgré plus de 30 ans d'existence, les AO restent très marginales au Mexique. Très peu de producteurs et de consommateurs connaissent vraiment leur but et leur fonctionnement⁵. Cependant, les différents bénéfices qu'ont apportés les AO dans certaines régions européennes ont motivé certains acteurs à tenter d'obtenir cette protection légale pour des produits locaux. C'est le cas des producteurs de fromage Cotija de la Sierra de Jalmich.

2. LE FROMAGE COTIJA : UN PRODUIT ANCRÉ DANS LE TERRITOIRE ET L'HISTOIRE DES « RANCHEROS »

Le Cotija est un fromage fermier produit à partir de lait cru de vache. Il entre dans la catégorie des pâtes pressées non cuites. Il est affiné au minimum 3 mois. De forme cylindrique, il mesure environ 40 cm de diamètre et 18 cm de hauteur. Son poids est d'approximativement 20 kg. Sa croûte est orangée et sa pâte jaune clair. La découpe du fromage est plus ou moins nette, la cohésion de la pâte variant selon la quantité de sel, la composition du lait et les conditions de fabrication et d'affinage. Il se caractérise par un goût prononcé, plus ou moins salé selon le fromager. Ce fromage est produit dans les « ranchos » de la Sierra de Jalmich, au centre ouest du Mexique, uniquement pendant les 4-5 mois de saison des pluies.

2.1 La Sierra de Jalmich, berceau et dernier sanctuaire du fromage Cotija

La Sierra de Jalmich, entre les Etats de Jalisco et Michoacán, se réfère à l'aire de production du fromage Cotija (voir figure 1). En forme de fer à cheval, elle recouvre une superficie d'environ 2400 km² et s'étend sur une partie de 6 municipes⁶ différents. Elle ne correspond donc pas à un découpage politico-administratif mais à une réalité, une unité géographique et socioculturelle. C'est une zone montagneuse, au relief accidenté, de transition climatique entre la région chaude de la *Tierra Caliente* et le climat plus tempéré et froid de l'*Eje Neovolcánico*. Cette situation lui confère des caractéristiques climatiques et pédologiques particulières. La saison des pluies s'étale de juillet à novembre, avec des précipitations totales variant de 900 à 1200 mm. Le couvert végétal est de type forêt basse caducifoliée. La saison humide est propice à une croissance végétale intensive, au cours de laquelle la végétation se régénère après plus de 6 mois de sécheresse. La disponibilité en pâturage permet alors une meilleure alimentation des vaches, qui donneront ainsi une quantité de lait suffisante pour assurer à la fois l'alimentation de leurs veaux et la fabrication de fromage. Le fourrage vert et abondant permet également de produire des laits riches en matières sèches,

⁵ La mention « AO » sur les produits protégés ne fait l'objet d'aucune réglementation. De fait, cette mention n'est presque jamais inscrite sur les étiquettes des produits protégés par une AO, ce qui n'aide pas à assurer la promotion des AO auprès des consommateurs.

⁶ Division administrative des Etats mexicains, regroupant en général une "cabecera" (le centre urbain principal) et plusieurs villages ou hameaux.

particulièrement en graisses. D'autre part, le climat et l'altitude permettent un bon affinage des fromages en conditions naturelles.

Pour des raisons de conditions climatiques et pédologiques (en lien direct avec le type de végétation), l'aire de production a été délimitée lors des sollicitudes d'AO et de MC à une altitude comprise entre 700 et 1700 mètres. Au-delà des conditions naturelles, ce sont surtout les facteurs humains et l'ancrage historique du fromage Cotija dans son territoire qui nous semblent importants pour comprendre les enjeux autour de sa production dans la Sierra de Jalmich, dernier refuge de l'authentique Cotija.



Figure 1 : l'aire de production du fromage de Cotija, selon les règles d'usage de la marque collective fromage « Cotija región de origen » (les zones en vert et marron correspondent à l'aire)
(source : Colegio de Michoacán)

2.2 De la colonisation aux marchés fromagers modernes : histoire du fromage Cotija

Le fromage Cotija est lié à la société *ranchera* qui habite les versants de la Sierra de Jalmich. La société *ranchera* de Jalmich est issue du mouvement de colonisation du Mexique suite à la *Conquista* et du métissage entre les populations européennes et indigènes. Ce métissage

s'exprime dans les systèmes de production, qui associent le système de culture itinérante du maïs des indigènes, basé sur le défriche-brûlis, à l'élevage bovin des européens (Barragán et al., 2007). Ce système suppose un usage extensif de la terre : après une récolte de maïs, la parcelle est laissée en repos plusieurs années et une nouvelle aire défrichée. Il est donc naturellement associé à une population dispersée, afin que chaque famille dispose de terres suffisantes. La production de fromage Cotija devient rapidement une activité importante dans la région, particulièrement dans les zones les plus montagneuses et isolées. Barragán et Chávez (1998) rapportent qu'il est utilisé pour le paiement des impôts dès le XVII^e siècle. Sa production s'étend alors également au-delà de la Sierra de Jalmich à toute la région, dans les plaines et zones moins escarpées qui entourent la Sierra. Elle se fait dans le cadre d'élevages bovins orientés vers la production de brouillards. Lors de la saison des pluies, l'excédent de lait est valorisé par les éleveurs sous forme de fromages de garde. Le système de *ranchos*, basé sur la petite propriété, offre la perspective de devenir propriétaire et donc plus libre et indépendant, même si les conditions de vie ne sont pas toujours faciles dans cette région isolée. Le métayage⁷ constitue une porte d'accès à la propriété, permettant d'accumuler progressivement un capital sous forme de têtes de bétail. Il permet également au propriétaire l'obtention de surplus de maïs et surtout assure l'entretien d'un plus grand espace fourrager et donc d'un troupeau plus important.

Le fromage Cotija était commercialisé par les *arrieros*, commerçants itinérants. Ceux-ci portaient chaque année avec leurs mules vendre le fromage produit dans la région vers le centre et le sud du pays, parfois jusqu'au Guatemala. Ils transportaient en retour divers produits tropicaux, comme le cacao. Les *arrieros* étaient principalement des gens du village de Cotija, à la périphérie de la Sierra, et sont donc à l'origine du fait que le fromage de cette région soit connu comme fromage Cotija.

Le Cotija connaît son apogée au début du XX^e siècle. Selon les anciens, on vivait très bien alors en tant que producteur de fromage. Mais le développement de l'élevage et des infrastructures publiques, en particulier des routes et des électricités, va entraîner la décadence progressive de la production de fromage Cotija à partir des années 40. L'ouverture de routes favorise un meilleur accès au marché et réduit les délais de transport. Les systèmes de production évoluent vers une spécialisation laitière des éleveurs et une autonomisation de la production de fromage. La production de lait se fait alors toute l'année, des races plus productives (type Holstein) sont introduites et élevées de manière semi-intensive. Le fromage est directement expédié vers les centres urbains de Guadalajara et de Mexico, sans affinage. L'électricité et l'eau courante permettent le développement d'innovations dans la production fromagère, tendant vers l'adultération⁸. Une bonne illustration est l'évolution qu'a connue la production de fromage de San José de Gracia (Michoacán), un village proche de la Sierra de Jalmich. Baisnée (1989) signale que parallèlement à l'amélioration des infrastructures publiques, la baisse de la disponibilité en main d'œuvre, en particulier de métayers (migration, accès à la terre), a également favorisé

⁷ Le métayage concerne la culture des parcelles de maïs et/ou l'entretien et la traite du troupeau bovin. Les modalités de répartition des apports et des gains varient selon les cas.

⁸ L'adultération d'un fromage se rapporte à l'utilisation de différents intrants autres que le lait : graisses pour substituer la crème naturelle, poudre de lait, caséines, amidon, etc.

la spécialisation des éleveurs et l'abandon par ceux-ci de la production fromagère. De la production fermière et saisonnière de fromage Cotija affiné, San José s'est spécialisé dans la production industrielle de fromage.

Pendant que certaines localités s'intègrent au marché national et voient ainsi se développer de nouveaux systèmes productifs, la Sierra de Jalmich reste enclavée. La production d'authentique fromage Cotija va se maintenir dans cette seule région isolée. Les *arrieros* ont disparu et les producteurs de la Sierra doivent désormais s'insérer dans d'autres circuits de commercialisation. Néanmoins, face à la concurrence des fromages « type Cotija », ils ne peuvent être compétitifs (nous y reviendrons plus loin). Profitant de leur position dominante dans la relation, les commerçants imposent aux *rancheros* des prix bas, calés sur celui des autres fromages (adultérés ou non) : dans la seconde moitié des années 90 les prix vont ainsi se stabiliser à 30-40 pesos mexicain/kg.

A partir des années 60, la situation se dégrade de plus en plus pour les *rancheros* de la Sierra de Jalmich. Aux problèmes de rentabilité s'ajoute la pression démographique : moins de ressources financières, mais plus d'habitants. Ainsi s'enclenche un processus important de migration, vers les grandes villes du pays ou vers les Etats-Unis. Ce mouvement est accéléré par l'attraction que représente le monde extérieur pour les habitants d'une région privée de tout service public (santé, école, etc.). Mais ce flux devient tel qu'il génère une raréfaction de la main d'œuvre disponible. Moins de bras, c'est moins de maïs cultivé, moins d'espaces fourragers entretenus, moins de main d'œuvre pour assurer l'ensemble des activités, en particulier la traite et la fabrication du fromage. La production de lait et de fromage est donc la première à décliner et disparaître. Disparition suivie parfois par l'abandon complet des *ranchos*. Ainsi, comme le montre le tableau 1, la production de lait et de fromage se réduit drastiquement entre 1960 et 1997, avec une forte accélération du processus à partir de 1985. La Sierra de Jalmich à la fin des années 90 ne compte plus qu'environ 200 *rancheros* qui élaborent du Cotija. Ceci amène Barragán et Chávez (1998) à conclure que, isolé dans son dernier bastion qu'est la Sierra de Jalmich, « *el queso Cotija se nos va de las manos* » (« le fromage Cotija est en train de nous échapper »).

Tableau 1 - Evolution de l'activité laitière dans les *ranchos* de la zone du Potrero de Herrera (dans la Sierra de Jalmich) entre 1960 et 1997

(source : Barragán et Chávez, 1997)

	1960	1985	1997
Vaches laitières	2500	2072	1037
Ranchos de ordeña ⁹	50	44	35
Moyenne de vaches traites	50	47	30
Production de fromage (tonnes)	45	37	15

⁹ Unité de production qui se dédie à la traite des vaches et à la transformation fromagère. Le *ranchos de ordeña* est le lieu où se réalise la traite et où se déplace le troupeau et parfois la famille pendant la saison des pluies.

2.3 Le fromage Cotija : une relation étroite entre un produit, un territoire et une société

Selon les termes employés tant dans la juridiction internationale que mexicaine des AO, le lien au lieu se focalise sur des facteurs naturels et humains. Autrement dit, il s'inscrit dans l'incorporation dans un produit de ressources territoriales, matérielles (naturelles ou pas) ou immatérielles, associées au groupe humain local. Parmi ces ressources, les savoirs techniques et relationnels constituent le point central du lien au lieu puisqu'ils définissent les modes d'appropriation et les conditions de mobilisation des différentes ressources pour la production et l'élaboration d'un produit alimentaire (Linck, 2006). En ce sens, les ressources territoriales forment un système et constituent le patrimoine¹⁰ du groupe local. Sans développer en profondeur la question du l'ancrage territorial du fromage Cotija, nous présenterons rapidement les principaux éléments qui donnent sens à cet ancrage. Ceci est important pour analyser d'une part la viabilité de la demande d'AO, et d'autre part pour comprendre les enjeux d'une AO pour le développement territorial de la Sierra de Jalmich.

La nature fermière de la production de Cotija implique un lien fort entre la production de fromage et le système d'élevage, lien tant technique qu'organisationnel. On ne peut donc penser l'ancrage territorial du fromage Cotija sans analyser la conduite globale des *ranchos*. La complémentarité entre la culture itinérante du maïs, un élevage à dominante viande (naisseur) et la production de fromage est au centre du système de production *ranchero* de la Sierra de Jalmich (Barragán et al., 2007).

Les savoirs techniques développés par les *rancheros* s'inscrivent dans un mode de gestion de l'espace et des ressources qui permettent de faire face à l'isolement relatif (peu de voies de communication et pas d'accès à l'électricité ni à l'eau courante) aux limitations des ressources (fourrages, eau, etc.). La composition génétique des troupeaux illustre cette capacité d'adaptation des éleveurs. En croisant diverses races (animaux « criollos »¹¹, zébus et races européennes, comme la Brune Suisse), ils ont trouvé un équilibre propre et dynamique entre rusticité des animaux (résistance à la sécheresse, à une sous-alimentation en saison sèche, aux maladies et parasites), production de broutards et production de lait basse en quantité (3-4l/jour/vaches) mais riche en matières grasses et protéiques (grâce également à l'alimentation basée sur le fourrage vert) (Chombo, 2003). Ces savoirs techniques sont articulés et mis en musique par des savoirs relationnels tout aussi fondamentaux : organisation du travail (notamment avec le métayage), solidarité familiale, réseaux avec les migrants (restés au Mexique ou partis aux Etats-Unis), relations avec les commerçants.

Les éleveurs mobilisent des savoir-faire fromagers familiaux, construits et transmis depuis des générations, pour élaborer un fromage de garde avec un minimum d'infrastructures, d'équipements et d'intrants. Ils n'utilisent que du lait, du sel et de la présure. Ils n'ajoutent

¹⁰ On entend ici le patrimoine comme un bien collectif complexe, un système formé par les ressources territoriales et associé à un groupe humain donné (Linck, 2006).

¹¹ C'est-à-dire les vaches locales, issues de plusieurs siècles de sélection empirique et qui ne font pas l'objet d'une classification raciale particulière. Il s'agit en général de bêtes de petite taille, rustiques et peu dociles...

pas de ferments lactiques, laissant se développer la flore bactérienne locale. C'est un facteur qui renforce la typicité du fromage Cotija et assure sa qualité sanitaire. Mais en plus des savoirs techniques et relationnels incorporés au fromage Cotija, il faut considérer les valeurs symboliques qui s'y rattachent. Produit de la société *ranchera* et de tous les mythes, représentations et valeurs qui lui sont associés, le fromage Cotija participe aussi aux dynamiques de reconnaissance sociale des *rancheros*. Ces valeurs, ces représentations fondent l'unité et la particularité de la société *ranchera*. Elles sont partagées non seulement par les producteurs mais aussi par les consommateurs connaisseurs, c'est-à-dire ceux qui connaissent le produit, savent l'apprécier et le différencier. Il s'agit de proches des *rancheros*, d'habitants de la région, mais aussi de tout consommateur informé sur le produit et son élaboration.

Grâce à leurs savoirs, les éleveurs parviennent à mettre en valeur durablement un espace naturel difficile. Ils ont construit un système basé sur l'autosuffisance et la reproduction des ressources locales, pour pouvoir assumer leur autonomie, véritable valeur symbolique chez les *rancheros* (cela ne signifie toutefois pas qu'ils vivent en autarcie ; au contraire puisqu'ils ont toujours commercialisé broutards et fromage dans la région et dans tout le pays). Les différentes ressources territoriales incorporées au fromage qualifient le Cotija et en font un produit unique. Le système d'élevage génère un lait de qualité, un produit spécifique plus que générique. Les savoir-faire fromagers, la microflore locale et le climat font le reste. La reproduction sociale et économique, mais aussi environnementale, du système de production *ranchero* de la Sierra de Jalmich repose sur un équilibre complexe et dans lequel interviennent de nombreuses interactions, biologiques et sociales. C'est pour protéger et valoriser cet équilibre, remis en cause par le modèle de développement dominant au Mexique et dans le monde, qu'a été sollicitée la protection d'une AO pour fromage Cotija de la Sierra de Jalmich.

2.4 L'appellation d'origine, un « prétexte » pour le développement territorial de la Sierra de Jalmich

Face au constat de la disparition progressive du fromage Cotija et au dépeuplement de la Sierra de Jalmich, un groupe de chercheurs décide de monter un projet pour la préservation du patrimoine culturel et naturel de la Sierra de Jalmich. EB, chercheur en géographie humaine, issu d'une famille de *rancheros* de la Sierra, pense que le développement local passe par une revalorisation du fromage Cotija. Pour lui, l'ancrage territorial fort du fromage ainsi que l'existence d'un marché régional sont réels et permettent donc de prétendre à obtenir une AO. Il rencontre PC, chercheuse en chimie et en technologie fromagère, qui veut réaliser une étude sur la qualité du lait et du fromage de la Sierra de Jalmich. Elle voit dans l'AO une réponse aux difficultés rencontrés par les petits producteurs de lait et de fromage, et pense que le Cotija réunit les critères pour lancer ce projet. C'est donc à partir de la rencontre de ces deux postures que va être initié un projet en 1999, qui deviendra le projet de « potentialisation du patrimoine culturel dans la Sierra de Jalmich. Vers une appellation d'origine pour le fromage Cotija » (Pro Sierra de Jalmich AC, 2004).

Ce projet se fixe comme objectif central le développement territorial, en utilisant le fromage et sa reconnaissance officielle comme fer de lance. C'est aussi un projet qui implique diverses compétences, diverses visions, qui vont l'enrichir tout au long de son déroulement. Les deux chercheurs sont rejoints par un membre de l'équipe municipale de Cotija, RA, régisseur et promoteur culturel, qui va s'investir dans ce projet et obtenir l'appui du municipe de Cotija. C'est ainsi que sera organisé en 2000 la première « *Feria del queso Cotija* ». Ces trois acteurs vont porter le projet et apporter un appui fondamental aux producteurs. En effet, ceux-ci, isolés et peu organisés, n'ont pas l'expérience ni les capacités pour gérer seuls un projet de développement.

Les premières actions visent à informer et impliquer les producteurs ainsi qu'à améliorer les connaissances sur le produit, le territoire et ses acteurs. Des réunions sont organisées sur la question de l'AO et les actions de développement à mettre en place pour la région (en particulier en termes de voies d'accès). En même temps sont prélevés des échantillons de lait et de fromage pour mieux en étudier les caractéristiques physiques, chimiques et sanitaires. Des groupes vicinaux informels sont formés, avant la création en octobre 2001 de l'Association Régionale des Producteurs de Fromage Cotija (ARPFC). L'objectif est de créer un espace pour le dialogue et l'action collective et de constituer une représentation officielle pour les relations avec l'Etat ou d'autres agents externes. Début 2008, l'ARPFC regroupait 93 producteurs. Les producteurs s'impliquent ainsi dans le projet et participent à sa construction et son orientation. Mais celui-ci requiert un niveau d'organisation plus transversal, capable d'appuyer l'ARPFC. Ainsi début 2003 est créée l'Association Civile Pro Sierra de Jalmich (PSJ), dont l'objectif principal est la protection et la valorisation du patrimoine naturel et culturel de la Sierra de Jalmich, comme axe pour le développement territorial. Cette association réunit les groupes vicinaux, l'ARPFC, les universitaires et le promoteur culturel, les municipes et différents organismes publiques d'appui aux agriculteurs et à l'artisanat ainsi que l'IMPI. L'action de la PSJ consiste à coordonner les actions des différents acteurs pour l'obtention de l'AO et de divers appuis (techniques, financiers, commerciaux, politiques, conseil). Elle accompagne étroitement l'ARPFC, les producteurs n'ayant que très peu d'expérience dans la gestion de projets collectifs, l'obtention d'aide publique, les signes de qualité comme l'AO. Postérieurement un comité inter-Etats (Jalisco et Michoacán) est mis en place pour essayer de dépasser le découpage administratif et coordonné l'action publique dans le territoire. Néanmoins ce comité n'a jamais vraiment fonctionné, montrant la difficulté de dépasser les clivages politico-administratifs.

Parallèlement aux innovations organisationnelles et institutionnelles, la question de la qualité du produit est abordée sous différents angles. Plusieurs actions de sensibilisation et d'amélioration des conditions de production sont mises en place. Les producteurs adoptent de nouvelles pratiques, basées essentiellement sur une attention plus forte aux questions d'hygiène (conditions de traite, lavage du matériel, etc.). Ces changements techniques se font en essayant de ne pas affecter la typicité du produit, et sont en cela des aspects très délicats à gérer. Ils requièrent un débat et la confrontation de différents points de vue. Ce travail est également l'occasion d'approfondir la connaissance sur le fromage Cotija, son lien au territoire et à la société *ranchera*. D'autre part, des dégustations formelles sont organisées avec les *rancheros*. Ainsi se met en place un processus multidimensionnel et transversal pour

la valorisation du patrimoine culturel et naturel de la Sierra de Jalmich. La coordination et la construction de l'action collective sont au cœur de ce processus d'activation des ressources du territoire. C'est dans ce contexte qu'est lancé le processus d'obtention de l'AO auprès de l'IMPI en 2002.

2.5 La difficile obtention d'une reconnaissance officielle

Face à la sollicitude, d'abord informelle, de l'AO fromage Cotija, l'IMPI ne sait pas vraiment quoi faire : c'est la première fois qu'une sollicitude d'AO est faite pour un produit alimentaire artisanal. Il conseille plutôt à l'ARPFC d'enregistrer une marque collective, moins contraignante dans son obtention et plus « facile à gérer » pour l'IMPI. De plus, il semble que le projet de l'ARPFC et de la PSJ ait attiré l'attention de quelques opportunistes, qui cherchent à enregistrer la marque « Cotija ». Il paraît donc urgent d'obtenir une reconnaissance officielle. Le 28 avril 2003 l'ARPFC dépose sa sollicitude d'une marque collective pour le fromage « Cotija ». L'IMPI refuse d'enregistrer la dénomination géographique « Cotija » comme une marque. Il propose alors l'enregistrement de la marque collective « Cotija región de origen », une sorte de « bricolage » par rapport à la loi, qui permet la mention de Cotija mais n'en réserve pas l'exclusivité aux producteurs de la Sierra de Jalmich. Il s'en suit une série de différents problèmes et lenteurs administratifs. Le bureau régional de l'IMPI apporte son soutien au projet de MC, mais au niveau central, où se prennent les décisions, le soutien est moins évident. Il faudra ainsi plus d'un an et demi (au lieu des 6 mois normalement prévus) pour que la MC soit finalement enregistrée le 22 février 2005. L'appui politique des autorités des Etats, en particulier de l'Etat de Michoacán, s'est avéré important pour que la MC soit attribuée.

Mais l'obtention d'une MC reste un objectif intermédiaire pour l'ARPFC et la PSJ, préalable à l'obtention d'une AO. De fait, les règles d'usage de la MC ont été construites selon le modèle d'un cahier des charges d'AO, mettant en avant comme objectif de « faire règles les traditions » des producteurs fermiers de la Sierra et de garantir la qualité du fromage et son ancrage territorial. Le 20 mai 2004, alors que la MC est toujours en cours d'évaluation par l'IMPI, la sollicitude de reconnaissance de l'AO est déposée par la PSJ. La sollicitude est complète aux termes de la loi de 1994 : dénomination, description de l'aire d'appellation et du produit, ancrage territoriale de la production, histoire, etc.

Encore une fois divers problèmes bureaucratiques se posent. L'intérêt juridique de la PSJ est rejetée par l'IMPI, même si cette association regroupent producteurs, autorités politiques, organismes publiques, bref tout ce que la loi définit comme personne physique ou morale pouvant justifier d'un intérêt juridique... L'argumentation et les actions de l'IMPI ne sont pas toujours très claires, posant la question de la mauvaise volonté du siège de l'IMPI ou de son désarroi face à une situation qu'elle ne connaît pas et qui ne rentre pas dans son champ d'action habituel. Contrairement à ce que prévoit la loi, la publication de la sollicitude, pourtant complète, n'est pas effectuée. Donc aucun débat public n'a vraiment lieu. La réponse négative de l'IMPI est transmise à la PSJ le 22 novembre 2004. L'IMPI évoque le manque d'organisation des producteurs. Cet argument paraît discutable ; d'abord parce qu'il n'y pas d'obligation légale dans ce domaine ; ensuite, nous venons de voir que le processus

de qualification du fromage Cotija s'est articulé autour de la création et l'animation d'organisations formelles qui, si elles doivent être consolidées, sont néanmoins bien réelles. Mais le principal argument avancé par l'IMPI est qu'il considère fromage Cotija comme une appellation générique. C'est cette décision que nous allons analyser dans la suite de l'article.

3. LE FROMAGE COTIJA, APPELLATION D'ORIGINE OU APPELLATION GÉNÉRIQUE ?

3.1 Le fromage type Cotija, histoire d'une usurpation

La diffusion de la production d'un fromage type Cotija, imitation inspirée du fromage Cotija originel, s'articule autour de deux dynamiques. Dans un premier temps, nous avons vu que différents facteurs ont conduit à la transformation des systèmes productifs dans la région autour de la Sierra de Jalmich. Les éleveurs se sont spécialisés dans la production de lait et ont intensifié les systèmes d'élevage. Les fromagers se sont orientés vers une production destinée à alimenter la population urbaine croissante à bas prix, avec un flux constant de production et de commercialisation. L'affinage du fromage a été supprimé et les processus de production sont devenus plus industriels, laissant moins de place à l'attention et au « tour de main » de chaque producteur. Un salage exacerbé du fromage est venu compenser l'absence d'affinage et donc l'augmentation des problèmes de conservation du fromage lors de son transport et de sa commercialisation. Par la suite, l'intensification de la compétition, sans qu'il n'y ait de normes pour réguler la qualité des fromages et d'institutions pour la faire respecter et certifier, a conduit à l'essor des fromages adultérés dès les années 50 : écrémage total du lait avec ajout de graisses végétales, utilisation de poudre de lait, de caséines, colorants, conservateurs, chlorure de calcium, etc. Le résultat est la production de fromages très salés et au goût peu prononcé ; et dans le cas des produits les plus adultérés, les « fromages » sont à la fois insipides et très salés, avec une texture plastique. Ce fromage a tout de même gardé le nom du fromage Cotija, prenant sa place sur les marchés.

Le fort développement de l'industrie fromagère dans la périphérie de la Sierra (dans les villes de Cotija, San José de Gracia, etc.) a épuisé l'offre locale de lait. Dans les années 50-60, des fromagers sont donc partis tenter leur chance dans d'autres régions du pays, en particulier vers les côtes du Chiapas et de Tabasco, réputées pour une disponibilité importante de lait de qualité à bas prix. Le fromage type Cotija produit au Chiapas n'est pas destiné à la consommation régionale mais au marché national : il est expédié en train ou par la route vers Mexico, Acapulco, Cuernavaca, les grandes villes du nord ouest du pays (Mazatlán, Tijuana), etc. Le format du fromage type Cotija permet une bonne conservation du produit, plus que pour des formats plus petits et donc plus exposés aux agents de détérioration. Mais c'est surtout le salage à outrance du fromage qui en assure la conservation. Comme à San José, les procédés de fabrication des fromages se calent sur la nécessité de fabriquer des fromages à bas coûts, en grande quantités et de les vendre en flux tendus. L'affinage est supprimé, du fait des conditions naturelles (avec des températures moyennes avoisinant les 30°C) mais aussi du coût : il faut prendre soin des fromages, les brosser, les tourner, etc.

L'avantage compétitif lié au prix du lait et à sa qualité avait évité que les fromagers de la Côte du Chiapas ne suivent la tendance nationale d'adultérer les fromages. Mais le renforcement de la compétition régionale et surtout nationale, avec l'accroissement de la production de fromage dans d'autres zones comme l'Etat de Veracruz, a conduit depuis une dizaine d'années au développement de l'adultération des fromages. Le lait est plus ou moins écrémé et la crème substituée par des graisses végétales. La poudre de lait est utilisée essentiellement pendant la saison sèche pour compenser le manque de lait. L'introduction de la poudre de lait a généré le développement d'un réseau de fournisseurs qui cherchent à vendre d'autres produits, synonymes d'autres techniques et donc d'autres fromages (même si le nom reste le même...). Colorants, saveurs artificielles, conservateurs sont de plus en plus présents dans le fromage type Cotija de la Côte de Chiapas. Comme le signale un fromager chiapanèque, « le fromage type Cotija est un de ceux qui supportent le mieux les manipulations », comprenant par là l'ajout ou au contraire le retrait de divers éléments. Longtemps produit phare de la production fromagère de la Côte du Chiapas, le fromage type Cotija est aujourd'hui en perte de vitesse face au développement de la consommation et donc de la production de *quesillo* ou fromage type Oaxaca (une autre histoire de produit local devenu générique..., cf. Casabianca et Linck, 2005). Néanmoins il reste un produit clé, surtout pour les fromageries de taille moyenne à grande (plus de 2000 litres de lait transformés par jour).

Le terme fromage type Cotija réunit un ensemble de produits très distincts, dont le seul dénominateur commun (entre eux et avec le Cotija authentique) réside dans la forme et la taille des meules (Photo 1) : production artisanale ou industrielle¹², fromages adultérés ou pas, etc. Le fromage type Cotija est généralement vendu sans marques ni emballages à des grossistes qui le revendent à des petits commerçants. Ceux-ci le vendent ensuite à la découpe. En supermarché, le fromage est vendu découpé et emballé, avec la dénomination « queso tipo Cotija » (fromage type Cotija) associé à une marque commerciale. Le fromage Cotija est lui vendu par le producteur généralement une fois par an à un seul acheteur, vers les mois de novembre-décembre. Ces acheteurs revendent ensuite le fromage dans leur commerce ou le revendent à des commerçants de la région. Le fromage est également vendu à la découpe, sans étiquette ou indications particulières.

¹² La distinction que nous faisons ici entre fromage type Cotija artisanal et industriel réside dans l'échelle et les processus de production (équipements, pratiques de production, etc.).



Photo 1. Un fromage type Cotija artisanal ; un fromage Cotija ; un fromage type Cotija industriel (de gauche à droite)

Privé d'accès aux marchés avec la fin de l'activité des *arrieros*, isolé dans la Sierra, le fromage Cotija originel n'a pu que se maintenir sur un marché local et régional et suivre les tendances de prix imposées par le marché national. Ils n'ont pu résister aux phénomènes d'usurpation de la dénomination par un fromage totalement différent, mais dont la place a été croissante sur le marché à partir des années 60. La production de fromage type Cotija a occulté le fromage Cotija originel. Il est difficile d'estimer en termes de volumes la production totale de fromage type Cotija. En effet, beaucoup de fromagers évoluent dans le secteur informel et il n'existe pas de statistiques ni d'études sur la production de fromage par type. Néanmoins, si on fait une estimation basse, on obtient une production annuelle d'environ 1000 tonnes par an de fromage type Cotija à San José. Pour le cas de Chiapas, sur 16 fromageries visitées (c'est-à-dire une petite minorité), la production annuelle de fromage type Cotija s'élève à environ 2000 tonnes par an. S'il faut prendre ces chiffres pour ce qu'ils sont, c'est-à-dire des estimations empiriques, ils sont toutefois utiles pour déceler le décalage qui s'est creusé entre la production de fromage Cotija et de fromage type Cotija (et ce sans compter la production d'autres localités et Etats...). Avec une production totale estimée à 300-400t par an (contre environ 1000-1200t/an en 1960), les *rancheros* de la Sierra de Jalmich ont été marginalisés sur le marché et spoliés de la dénomination de leur fromage. Ainsi, lors de fêtes gastronomiques à Mexico, les *rancheros* ont rencontré des personnes qui connaissaient le fromage Cotija et l'achetaient sur les marchés de Mexico dans les années 50-60, mais qui n'étaient plus parvenus à le retrouver depuis lors, trouvant seulement du fromage type Cotija.

La modification et le déplacement de la production a entraîné une modification des habitudes des consommateurs. En effet, le fromage Cotija se consomme généralement râpé (comme du parmesan) sur différents plats : haricots, *enchiladas*, etc. Son goût caractéristique le distingue et apporte de nouvelles saveurs au plat. Le fromage type Cotija peut aussi être utilisé de cette façon. Très salé, il est beaucoup moins aromatique que l'original, surtout quand il s'agit d'un produit adultéré. Il est surtout consommé frit, et pour autant il prend goût à friture, l'importance de la saveur propre du produit étant alors moindre. De fait, le fromage type Cotija n'a pas forcément bonne réputation, considéré comme un fromage trop salé par beaucoup de consommateurs. Mais comme l'affirme un fromager, « sur le marché tout se vend » : en fonction des goûts mais surtout des capacités économiques de chacun, il y a un

marché pour tous ces types de fromages. Mais surtout il est très difficile pour le consommateur de s'y retrouver : pas d'affichage, d'étiquetage, d'information sur les modes de production. Seuls les produits vendus en supermarché possèdent un étiquetage systématique (qui n'est d'ailleurs pas toujours loyal¹³). Or les fromages sont vendus principalement sur les marchés et dans les petits magasins, de manière informelle. Seuls quelques connaisseurs ont donc accès à l'information sur le produit et les processus de production, et peuvent donc faire réellement un choix. Dans ces conditions, le marché ne valorise pas forcément les différences qualitatives des fromages (composition, affinage, etc.). Il est donc difficile de vendre un fromage plus cher en revendiquant la qualité. Pourtant, les pratiques des commerçants des villes autour de la Sierra Jalmich montrent bien qu'il y a deux produits différents : ils vendent séparément et à des prix différents le Cotija et le type Cotija. Ils ont par ailleurs tendance à le payer au même prix au producteur, profitant de leur position dominante par rapport aux *rancheros*.

Même si le fromage est vendu sous la dénomination de fromage type Cotija, le raccourci est souvent réalisé et le nom fromage Cotija s'est ancré chez les gens pour désigner le fromage type Cotija. En d'autres termes, les producteurs de fromage Cotija ont été désappropriés de leur produit, de sa dénomination, par un fromage dénaturé (et souvent adulteré) par les changements intervenus dans les systèmes productifs. Ce dernier s'en est servi comme tremplin pour se diffuser et marginaliser au final le « modèle originel ». C'est face à cette usurpation que les producteurs de la Sierra de Jalmich ont voulu se réapproprier leur fromage à travers une AO.

3.2 La légitimation de l'usurpation par le rejet de l'appellation d'origine

Pour la reconnaissance d'une AO, une des premières questions qui se pose est celle du caractère générique ou pas de la dénomination. En effet, les AO ne peuvent concerner un nom générique. Ceci est précisé dans la réglementation européenne. L'IMPI applique la même restriction, même si cela n'est pas précisé dans la loi de 1994 ou autre texte légal mexicain. Mais comment différencier une dénomination générique d'une appellation d'origine ? Dimou (2002) dans son mémoire sur les dénominations fromagères propose la classification suivante :

- Les dénominations géographiques directes : un nom de lieu (Roquefort), ou de plusieurs lieux dans le cas d'une dénomination composée (Ossau-Iraty, Epoisses de Bourgogne);
- Les dénominations géographiques quasi-directes : un nom traditionnel qui n'est pas un toponyme mais qui est associé à une production locale (comme la Feta ou le Reblochon) ;
- Les indications de provenance indirectes : le nom d'une personne ou d'un groupe ou un symbole qui le représente pour indiquer une origine ;
- Les noms génériques : un nom géographique qui désignait un fromage particulier d'une région donnée mais qui a évolué vers la désignation d'un mode d'élaboration,

¹³ Cf. le site internet de la PROFECO.

détaché de son origine. Par exemple, Emmental, Brie ou Gouda sont considérés comme des dénominations génériques ;

- Les marques fromagères commerciales.

La question qui nous préoccupe ici est donc de savoir si la dénomination fromage Cotija est devenue générique. En Europe, le débat sur le caractère générique d'une dénomination fromagère s'est posé pour de nombreuses appellations d'origine en Europe : camembert, feta, parmesan, emmental, époisses, etc. Les critères mobilisés pour juger du caractère générique d'un produit peuvent se baser sur plusieurs sources: l'opinion des producteurs, les législations et réglementations nationales, les accords bilatéraux ou multilatéraux, le Codex Alimentarius, les caractéristiques du marché et de la consommation (Dimou, 2002). Ces critères peuvent donc être d'ordre juridique, économique, historique, culturel, social, scientifique ou technique. Etablir le caractère générique ou non d'une appellation est donc un sujet complexe, qui nécessite des études préalables, une expertise et la définition de procédures. Une longue série de débats et de procédures en Europe a abouti à la reconnaissance de la nature non générique de l'appellation Feta et son rattachement à la Grèce. Pourtant des volumes importants de ce fromage sont depuis longtemps produits dans différents pays européens. Néanmoins, la Feta reste attachée à l'évocation d'un fromage grec, son ancrage territorial est historiquement avéré et la Feta grecque est différente de celle produite dans d'autres pays. L'Union Européenne a donc tranché pour sa protection, interdisant pour les fromagers des autres pays européens l'usage du terme Feta. Dans le cas de fromages pour lesquels le caractère générique a été reconnu (camembert, emmental, etc.), la solution proposée aux producteurs des territoires d'origine de ces fromages a été la mise en place d'appellations d'origine composées : Camembert de Normandie, Brie de Meaux, etc.

La décision finale sur le caractère générique d'une dénomination peut dépendre des orientations politiques, pouvant faire pencher la balance en cas de situation complexe et ambiguë. Ainsi les dernières décisions dans le cas de litige en Europe tendent à favoriser une lecture en termes d'origine plutôt que de légitimer un usage générique. Dimou (2002) constate pour l'Union Européenne « *la primauté de la protection des appellations d'origine protégée à l'égard des marques* » dans le cas des fromages. La loyauté des transactions commerciales est un critère juridique mobilisé pour justifier la protection ou non des appellations géographiques. Néanmoins, dans le cas de l'Union Européenne, ce n'est pas le seul. Il est associé à d'autres critères liés aux questions de développement rural et de protection du consommateur, l'AO étant reconnue comme un outil de développement territorial dans le cadre de la politique agricole commune. Même s'il faut rester prudent quant au décalage qui peut exister entre la justification officielle d'une politique et la réalité de son application, la tendance en Europe est de privilégier l'appellation d'origine plutôt que de soutenir une vision industrielle et déterritorialisée des produits traditionnels. L'AO constitue en effet une alternative pour le maintien de certains producteurs, en particulier dans les zones marginales. En ce sens, l'attribution d'un monopole collectif à travers la reconnaissance d'une AO peut avoir un fort contenu politique (Linck, 2005).

L'IMPI justifie sa décision de ne pas attribuer une AO au fromage Cotija par le caractère générique de cette dénomination. Il est incontestable qu'il existe un débat sur la question, car

nous avons vu que le fromage type Cotija avait petit à petit marginalisé le fromage Cotija originel sur le marché mexicain. Néanmoins le débat n'a pas eu lieu : pas d'expertise, de justification officielle, d'études ni d'analyses. L'IMPI affirme que les consommateurs ne lient plus le fromage à la région de Cotija et que dans ce sens l'AO n'existe pas en tant que telle et ne peut donc pas être reconnue. Cet argument est ambigu car de quels consommateurs parle-t-on : où vivent-ils, quel âge ont-ils, quelle est leur histoire, sont-ils des « experts » en fromage, quel serait leur choix s'ils étaient informés sur les caractéristiques des différents produits, etc. ? Il est difficile de dire ce que pense le consommateur, surtout sans réaliser d'études. Selon la manière dont on fixe les variables précitées, on peut bien lui faire dire ce que l'on veut. D'autre part, juridiquement (et même éthiquement), peut-on faire règles de ce que pense ou imagine le consommateur ? N'est-ce pas le rôle de l'Etat, comme régulateur du marché et de la société, d'informer et éduquer le consommateur, plutôt que de faire règles les représentations (supposées qui plus est) du consommateur ? Cela impliquerait une volonté politique en ce sens, qui ne semble pas exister dans le cas mexicain.

La sollicitude de l'AO fromage de Cotija se base sur la reconnaissance d'une production et d'une commercialisation séculaires et continues. Nous avons vu de plus que l'ancrage territorial, le lien au lieu du fromage Cotija est consistant, ininterrompu et démontré. Il s'exprime dans le produit et est fixé dans un cahier des charges (règles d'usage de la MC) qui garantissent ce lien et un usage loyal de la dénomination « Cotija región de origen ». Il semble donc que la question du caractère générique de la dénomination fromagère « Cotija » ne soit pas aussi simple que l'a estimée l'IMPI et que sa décision puisse être discutée.

Nous ne voulons pas non plus préjuger du caractère non générique de l'appellation Cotija. Si au final elle s'avère générique, l'alternative qu'aurait pu proposer l'IMPI est l'attribution d'une dénomination composée. Le problème serait alors de définir ce nom. Il pourrait être envisageable l'utilisation de fromage Cotija de Jalmich. Toutefois la Sierra de Jalmich n'est pas un lieu connu au Mexique. Une autre alternative pourrait donc être l'AO «Cotija de Jalisco/Michoacán », selon l'Etat où le fromage est produit. Ceci pourrait être discuté entre l'IMPI et les producteurs. A condition d'ouvrir réellement un débat...

Au-delà de la question juridique se pose aussi un problème de conflit d'intérêts, de nature politique. L'attribution de l'AO fromage Cotija exclurait l'usage du terme « Cotija », même accompagnée la précision « type » ou autres similaires pour tous les fromages produits hors de la Sierra de Jalmich et/ou ne respectant pas le cahier des charges. Cette situation affecterait les producteurs de fromage type Cotija, en particulier ceux qui vendent leur produit emballé (ce serait en effet moins un problème pour la vente à la découpe, sans étiquette). Il est difficile de savoir dans quelle mesure l'IMPI a été en contact avec des producteurs de fromages type Cotija, vu que l'évaluation de la sollicitude par la PSJ s'est fait de manière informelle, sans débat public. Au cours d'entretiens avec des fromagers du Chiapas, ceux-ci ont indiqué avoir été au courant de la sollicitude des producteurs de la Sierra de Jalmich. Cependant ils disent ne pas avoir réagi, reconnaissant cette zone comme l'origine du fromage Cotija (et ne comprenant pas forcément que l'attribution de l'AO leur interdirait l'usage de la mention « Cotija »). Par contre les autorités politiques chiapanèques se sont opposées à ce que soit accordée l'AO. Les fromagers de San José ont abordé le sujet lors de réunions, mais il n'a pas été possible d'en savoir plus. Ce qui est sûr, c'est que l'IMPI par sa

décision a pris parti pour le fromage type Cotija, plutôt que pour la production traditionnelle *ranchera* de fromage Cotija. Cette décision pourrait sembler assez cohérente quant à la mission de l'IMPI : réguler la concurrence tout en minimisant l'exclusion commerciale. L'AO, monopole collectif, est certes un facteur d'exclusion. Mais n'oublions pas que le marché l'est également : il peut entraîner l'exclusion de produits par un usage déloyal d'une réputation, d'un nom, et favoriser certains producteurs (et certains systèmes productifs). L'AO se pose alors en alternative face à l'exclusion générée par le marché. En effet, les conséquences de l'exclusion générée par le marché vont au-delà de la question de l'efficacité dans l'allocation des facteurs de production. Elle affecte l'aménagement du territoire, le développement socioéconomique de régions entières, l'environnement, etc. C'est en cela que le thème de la protection des AO peut mériter une réflexion allant au-delà du thème de la régulation commerciale.

3.3 Conséquences du processus de qualification et du rejet de la protection de l'appellation d'origine

Le projet centré sur l'obtention de l'appellation d'origine fromage Cotija a généré de nombreuses avancées. Il a permis la reconnaissance et la valorisation de ce fromage, de sa valeur tant organoleptique que socioculturelle. Cette reconnaissance s'est faite à plusieurs niveaux : reconnaissance par les consommateurs lors des fêtes et dégustations, reconnaissance politique avec l'appui et la visite de différentes personnalités politiques (cérémonie pour l'attribution de la marque collective, etc.), reconnaissance professionnelle avec le titre obtenu en Italie de meilleur fromage étranger en 2006. Mais aussi reconnaissance par les producteurs eux-mêmes qui avaient tendance à sous-estimer la valeur commerciale de leur fromage et acceptaient de le vendre à bas prix. En plus de l'auto-estime, les producteurs ont aussi gagné sur le plan économique. Le développement de la vente directe et du marché auprès des migrants, la reconnaissance sous ces différents aspects a joué favorablement sur les prix de vente. Les producteurs se sont remotivés et ont de nouvelles aspirations. Cette nouvelle posture les a aidés à changer d'attitude face aux acheteurs, réduisant l'asymétrie de la relation. Entre 1997 et 2007, les prix ont doublé, alors que celui des autres fromages, notamment du fromage type Cotija, ont plus faiblement augmenté. Un autre succès a été celui de la mise en place d'actions collectives et de coordination, entre les producteurs mais également au niveau transversal. Le processus de qualification a permis la réappropriation par les *rancheros* de leur patrimoine collectif : ils ont pris conscience de ce patrimoine, des différents enjeux et problématiques autour de lui et de la nécessité d'agir pour sa préservation.

Même si l'appellation d'origine ne garantit pas le succès commercial (surtout dans un pays où ce concept est pas ou mal connu par les consommateurs et pas affiché par les producteurs), elle peut consolider le processus de développement territorial en posant une base sûre autour de laquelle articuler les différentes actions en faveur des *rancheros* de la Sierra de Jalmich. C'est un élément moteur. En témoignent les impacts positifs engendrés directement ou indirectement par le projet d'obtention de l'appellation d'origine : reconnaissance, coordination, action collective, appuis financiers, etc. De plus, l'appellation

d'origine assure la protection commerciale du fromage Cotija face aux usurpations, contrairement à la marque collective.

La marque collective est également un élément fédérateur et peut aider à l'insertion commerciale du fromage Cotija authentique. Mais elle est moins stable et ne protège en rien du risque réel de déterritorialisation et de déconstruction patrimoniale. Elle ne garantit pas un renforcement de l'intégration production-produit-territoire. Ce qui est logique puisque la MC au Mexique n'est pas une IG. L'ARPFC peut en faire ce qu'elle veut... donc la MC peut prendre un nouveau tournant et les règles être modifiées dans une direction contraire à celle du lien au territoire. La gouvernance est encore fragile à l'ARPFC. Cette association doit se consolider au niveau du leadership et des capacités de gestion et d'organisation des producteurs. Et les challenges sont nombreux : le projet de construire une fromagerie collective a bien montré que certaines « bonnes intentions » ne sont pas forcément bien orientées. Les autorités de l'Etat de Jalisco ont en effet proposé de financer une fromagerie collective ; sans se rendre compte que cela signifiait plus la fin du fromage Cotija que sa valorisation¹⁴... Le cas du projet d'export montre aussi un autre aspect des risques d'une simple MC face à une AO. En effet l'importateur américain réclamait l'exclusivité de la marque collective pour plusieurs années... Si les possibilités d'exportation sont toujours en discussion et peuvent constituer un marché intéressant, il est clair que l'exclusivité de la marque collective aurait pu avoir des conséquences lourdes pour les producteurs de la Sierra. Les producteurs de la Sierra n'ont pas toujours l'expérience suffisante pour gérer ce genre de situation et éviter de s'engager dans des voies qui à long terme pourrait compromettre leur activité. Dans ce cas, l'avantage d'une AO est qu'elle ne peut être appropriée par un autre groupe que celui légitimement reconnu dans le décret de l'appellation. Et que se passera-t-il si l'Association Régionale des Producteurs de Fromage Cotija (ARPFC) est dissoute ? Ou si l'IMPI refuse de renouveler la marque collective en 2015 ? La marque collective n'est donc pas une figure adaptée pour protéger à long terme une appellation d'origine et tous les enjeux que celle-ci implique.

Le fromage Cotija est un pionnier pour la reconnaissance et la protection des produits alimentaires traditionnels mexicains et pourrait ouvrir la voie pour d'autres produits (et de fait il a déjà motivé d'autres projets similaires). Alors que la PROFECO constate régulièrement l'utilisation abusive du terme fromage pour des produits adultérés, de mauvaise qualité, le fromage Cotija de la Sierra de Jalmich propose une alternative aux consommateurs. Il est question de leur donner réellement le choix et les informations nécessaires pour réaliser ce choix. Pour formaliser cette alternative, l'Association Civile Pro Sierra de Jalmich (PSJ) a entamé un projet pour la définition d'une norme officielle spécifique pour le fromage Cotija, reconnaissant notamment la production à partir de lait cru.

¹⁴ En effet, une fromagerie collective implique de transporter le lait depuis les *ranchos*. Cela posera de nouveaux problèmes de qualité sanitaire, résolus éventuellement par la pasteurisation, modifiant ainsi fortement la qualité organoleptique du produit. A long terme, cela entraînera une spécialisation des producteurs dans la production de lait. Et donc le même processus qu'à San José de Gracia, avec une modification des systèmes de production et donc du produit. Sauf que pour la Sierra de Jalmich, cette spécialisation laitière n'est pas viable et on risque plutôt au final d'accentuer les problèmes actuels d'exode rural.

La validation d'une telle norme pourrait avoir de fortes conséquences dans le débat sur la régulation de la production de fromages au Mexique et au-delà pour d'autres produits.

Il est dommage que les politiques ne se saisissent pas de ce cas pour ouvrir un débat plus large sur les orientations techniques dans la production alimentaire au Mexique et les conséquences qu'elles impliquent à tous les niveaux. Il s'agirait de privilégier une construction des modes de certification et de valorisation des produits alimentaires traditionnels mexicains par la pratique, par le terrain, plus qu'une construction juridique et administrative souvent éloignée des réalités et donc porteuse de contradictions. Néanmoins, malgré l'application de l'ARPFC et de la PSJ pour suivre les procédures nécessaires à l'obtention d'une appellation d'origine, un manque de compréhension et de dialogue a ponctué leurs relations avec l'administration.

CONCLUSION

Dans la Sierra de Jalmich, le processus d'obtention d'une AO pour le fromage Cotija a généré une dynamique de développement territorial multidimensionnelle. Le projet d'AO constitue un élément moteur autour duquel s'articule l'activation collective du SYAL de la Sierra de Jalmich. Il va clairement dans le sens de l'intégration entre une filière et un territoire. Néanmoins, sa mobilisation pour réactiver le développement s'est confrontée à une série de problèmes, en particulier par rapport au cadre légal et administratif des AO au Mexique.

Pourquoi si peu d'effort du Mexique sur les AO, alors que beaucoup de pays, en particulier en Amérique Latine (Pérou, Costa Rica, Argentine, etc.), ont récupéré leur retard relatif au Mexique dans ce domaine et font preuve de plus de volontarisme dans la définition de l'AO, son orientation et la mise en place d'un système administratif adapté ? Serait-ce encore une fois l'application du proverbe mexicain « si loin de Dieu et si près des Etats-Unis » ? Ce pays exerce en effet une forte influence sur les orientations politiques et commerciales du Mexique. Le principal marché pour le Mexique et ses produits notamment agricoles est de loin les Etats-Unis (plus de 80% de ses exportations et 70% de ses importations agricoles et alimentaires). Or ce marché ne reconnaît pas les AO et les Etats-Unis proposent de les protéger à travers son système de marque de certification. L'IMPI pense donc qu'il vaut mieux suivre les règles de son puissant voisin. Mais cela serait oublié que le principal marché des produits mexicains n'est autre que le Mexique... et il existe un potentiel pour ces produits traditionnels au sein du marché intérieur, qui justifie la construction d'un tel cadre légal. A travers le cas mexicain, on remarque que l'absence de lien affiché entre le développement territorial et l'AO dans la politique de protection de la propriété industrielle influe sur l'utilisation qui est faite de l'AO. Les AO mexicaines sont souvent mal délimitées et définies. Le seul succès d'une AO mexicaine concerne un produit industriel, la Tequila, alors qu'un produit ancré dans l'histoire et les dynamiques d'un territoire, un produit patrimonial comme le fromage Cotija, ne parvient pas à obtenir la reconnaissance d'une AO. Un des problèmes fondamentaux du cadre légal et administratif des AO au Mexique est qu'on ne sait pas vraiment quel est son objectif. Et sans objectif, sans cap, on peut difficilement dire ce qui peut prétendre à une AO et ce qui ne peut pas et mettre en place les

institutions nécessaires. Le gouvernement mexicain a eu tendance à copier les accords établis, en particulier celui de Lisbonne, mais sans mettre en place l'appareil légal, administratif et juridique nécessaire, comme l'a fait l'Union Européenne. Il est important que le Mexique, en conjuguant ses efforts avec d'autres pays du continent inscrit dans la même démarche, mette en place son propre système pour la protection des produits traditionnels, selon ses objectifs, ses capacités et son contexte. De fait, la protection et la valorisation des produits comme le fromage Cotija pourraient passer par la mise en place d'autres figures juridiques (labels, certificats de conformité, etc. pour des produits traditionnels). Par exemple, si la marque collective est utilisée comme une indication géographique, il faudrait adapter sa réglementation à cet usage.

Dans les faits, aujourd'hui, les appellations d'origine sont quasiment absentes du Mexique. Sauf pour la Tequila, dont l'appellation d'origine constitue plus une simple protection commerciale contre l'usurpation de la dénomination, en particulier à l'étranger, et pas une question de la défense et la valorisation de l'ancrage territorial d'un produit. L'appellation d'origine n'a pas jusqu'à présent fait partie du débat public ni politique. Néanmoins le cas du fromage Cotija est en train de créer un mouvement en ce sens. En témoigne l'intérêt des Etats (Michoacán, Chiapas, entre autres) pour valoriser leur patrimoine alimentaire, à travers l'obtention de marques collectives et d'appellations d'origine. En témoigne également le « point d'accord »¹⁵ émis par un sénateur en avril 2008, à partir duquel on peut espérer un réel débat sur ce sujet. Il s'agit d'avancer petit à petit et surtout de s'en donner les moyens.

BIBLIOGRAPHIE

Allaire G. et Sylvander B., 1997. « Qualité spécifique et systèmes d'innovation territoriale ». In : *Cahiers d'économie et de sociologie rurales*. n°44, pp. 27-59.

Álvarez Barajas R, Barragán López E y Chombo Morales P, 2004. "Reglas de uso de la Marca Colectiva Queso Cotija, Región de Origen". Zamora, El Colegio de Michoacán, 20 p.

Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international du 31 octobre 1958, révisé à Stockholm le 14 juillet 1967, et modifié le 28 septembre 1979

http://www.wipo.int/lisbon/fr/legal_texts/lisbon_agreement.htm#P52_4938

Baisnée P.-F., 1989. *De vacas y rancheros*. Ed: CEMCA. 186 pp.

Barragán López E y Chávez Torres M., 1998. « El queso Cotija se nos va de las manos ». In: Oikión, V. (Coord) *Manufacturas de Michoacán*. México, El Colegio de Michoacán/Gobierno del Estado.

Barragán López E., Chávez Torres M. et Linck T., 2007. « Choix technique et patrimonialisation: les enjeux de la qualification du fromage Cotija », miméo, 22 pp.

¹⁵ Déclaration du pouvoir législatif qui soulève un problème et sollicite que des travaux soient réalisés pour mieux le cerner. Le sénat est une des deux chambres législatives de la Fédération Mexicaine.

Belletti G., Marescotti A., Hauwuy A. et Paus M., 2005. « Evolution des effets locaux des AOP-IGP: développement rural, organisations sociales et vie des territoires ». Colloque international “Produits d’origine: enjeux et acquis scientifiques”, INRA-INAO, Paris, 17-18/11/2005

Boucher, F., 2004. *SYAL : Enjeux et difficulté d’une stratégie collective d’activation des concentrations d’agro-industries rurales. Le cas des fromageries rurales de Cajamarca, Pérou*. C3ED, Thèse de doctorat en Sciences Economiques, Université de Versailles, St-Quentin-en-Yvelines.

Bowen S. y Valenzuela Zapata AG, 2006. « Denominations of Origin and Socioeconomic and Ecological Sustainability: The Case of Tequila ». 3^o Congreso Internacional sobre los Sistemas Agroalimentarios Localizados, *ALTER*, 18-21 de octubre del 2006, Baeza, España.

Casabianca F., Linck T., 2005. « La calificación de los alimentos como proceso de patrimonialización de los recursos territoriales », 12 pp.
http://www.gis-syal.agropolis.fr/PDF/toluca_definitivo%20_linck_.pdf

Chia E., Torre A., 1999. « Règles et Confiance dans un Système Localisé : le cas de la Production de Comté A.O.C ». In: *Sciences de la Société*, n° 48 – octobre 1999, pp. 49-68.

Chombo Morales P, 2003. « Queso Cotija. El queso que busca la certificación de su origen ». Curso-taller sobre los Sistemas Agroindustriales Localizados. Octubre de 2003. 11 pp.

Chombo Morales P., 2005. « Experiencia de un encuentro inesperado. La apropiación de una propuesta tecnológica para la producción artesanal con certificación de origen y calidad del queso Cotija ». In: E. Barragán (ed), *Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*. Zamora, El Colegio de Michoacán. pp. 481-500.

Correa Gomez C., Boucher F. et Requier-Desjardins D., 2004. « Como activar los Sistemas Agroalimentarios Localizados en America Latina ? Un análisis comparativo ». Congreso Internacional ARTE, Agroindustria Rural y Territorio. Toluca, México. Déc. 2004. 20p.

Dimou P., 2002. *Les dénominations des fromages*. Mémoire pour l’obtention du DEA de la Propriété Intellectuelle. Université Robert Schuman-Strasbourg III. Septembre 2002. 86 pp.

Fournier, S. 2002. *Dynamiques de réseaux, processus d’innovation et construction de territoires dans la production agroalimentaire artisanale. Etudes de cas autour de la transformation du gari de manioc et de l’huile de palme au Bénin*. Thèse de doctorat en Sciences Economiques, Université de Versailles, St-Quentin-en-Yvelines. 325 p.

Fournier, S., 2007. « Les indications géographiques : une voie de pérennisation des processus d’action collective au sein des SYAL ? », miméo.

Granados R., L, 2004. « Indicaciones geográficas y denominaciones de origen. Un aporte para su implementación en Costa Rica ». IICA-PRODAR-MAG-CNP.105 pp. y anexos.

Hernández López J., 2007. « ¿De México para el mundo? La Denominación de Origen Tequila: entre añejas prácticas y joven modernización ». Comunicación en el seminario: “abriendo camino hacia la cultura de las indicaciones geográficas en México. Experiencias de procesos de patrimonialización de productos tradicionales”. Guadalajara, México, 11-12 de octubre del 2007.

IMPI, 2000. Declaratoria general de protección de la denominación de origen Ámbar de Chiapas. D.O.F. 15 de noviembre de 2000.

http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=145&Itemid=206

IMPI, 2003. Modificación a la declaración general de protección de la denominación de origen Mezcal. D.O.F. 3 de marzo de 2003.

http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=134&Itemid=206

IMPI, 2006. Guía de usuarios de signos distintivos. 48 pp.

INAO, 2007. Guide du demandeur d'une appellation d'origine. Version n°4 de 10/12/2007. 44 pp. www.inao.gouv.fr

Jiménez Macías C., 2008. Punto de acuerdo relativo a la protección de los productos mexicanos, a través de la denominación de origen.

http://www.pri.senado.gob.mx/index.php?ido=4&opc=2&senador=Sen.%20Jim%C3%83%C2%A9nez%20Mac%C3%83%C2%ADas%20%20Carlos&obj_id=9894&tabla_id=Punto%20de%20Acuerdo

Lence S., Marette S., Hayes D.J., and Foster W., 2006. “Collective Marketing Arrangements for Geographically Differentiated Agricultural Products: Welfare Impacts and Policy Implications”. MATRIC Working Paper 06-MWP 9. May 2006

Ley de propiedad industrial de 1994. Estados Unidos Mexicanos. http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=98&Itemid=206

Linck T., 2005. « Los elementos no materiales del patrimonio rural ». In: Barragán E. (ed), *Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*. Zamora, El Colegio de Michoacán. pp. 577-580.

Linck T., 2006. « La economía y la política en la apropiación de los territorios », *ALASRU. Análisis Latinoamericano del medio rural* 3: 251-286.

Pro Sierra de Jalmich, 2004. Potencialización del patrimonio cultural en la Sierra de Jalmich. Hacia la denominación de origen del queso Cotija. Proyecto Regional Integral para un

Desarrollo Rural Sustentable y Localizado. 24 pp. y anexos.

Secretaría de Salud, 1996. Bienes y servicios. Quesos: frescos, madurados y procesados. Especificaciones sanitarias., Secretaría de Salud. NOM-121-SSA1-1994: 10 pp.

Site internet de la PROFECO : www.profeco.gob.mx/

Suarez Rodríguez F., 2008. Esquema de evaluación de la conformidad. Secretaria de Economía, México, enero de 2008.

LISTE DES ABRÉVIATIONS :

AO : appellation d'origine
ARPFC : Association Régionale des Producteurs de Fromage Cotija
IG : indication géographique
IMPI : Institut Mexicain de la Propriété Industrielle
MC : marque collective
NOM : normes officielles mexicaines
OMPI : Organisation Mondiale de la Propriété Industrielle
PSJ : Association Civile Pro Sierra de Jalmich
SYAL : système agroalimentaire localisé